

Servei públic i Google Books: Externalitats

Treball final de Grau

Joan Ignasi Rúbies Garcia

Comunicació i Periodisme audiovisuals

Universitat de Lleida - Promoció 2010-14

Tutora: Laura Bergés Saura

Google Books com a Servei Públic

Joan Ignasi Rúbies Garcia

1. Introducció	3
2. Marc del Servei Públic	7
2.1. Principi de dret (Constitució, DDHH)	7
2.2. Aplicació: Aproximacions teòriques	8
2.2.1. Estat del benestar europeu	9
2.2.2 Model liberal	10
3. El cas de Google Books	13
3.1. Google Books i l'Estat. Biblioteques, legislació i iniciativa pública.	15
3.2. Google Books i la indústria. Acords i conflictes.	18
3.3. Google Books i la ciutadania: l'ús de Google Books.	24
4. Conclusions	27
5. Referències bibliogràfiques.	31

Universitat de Lleida, 2014

Abstract

Google Books és un producte destinat a fer accessible a Internet tot el coneixement de la humanitat, incloent aquell que és previ a l'invenció i expansió de la xarxa. Les pràctiques utilitzades han fet aflorir efectes socials i econòmics col·laterals. Es presenten avantatges i problemàtiques no vistos fins el moment, que repercuteixen sobre la societat en el seu conjunt. De la mateixa manera, es presenta un debat respecte la conveniència de regular aquelles iniciatives comercials que utilitzen a mode de mercaderia certs elements propis de la societat, com el patrimoni cultural o la privacitat dels usuaris en serveis a la xarxa.

Aquest estudi pretén senyalar i quantificar en quines externalitats deriva el projecte Google Books i com es pot relacionar amb diverses concepcions teòriques sobre els serveis d'interès públic.

Google Books is a product which purpose is to make worldwide-available the entire knowledge gathered by mankind, including that which dates before the invention and expansion of the Internet. Methods used unveiled diverse social and economic collateral effects. This work focuses on listing the advantages and problems unseen so far, which affect society in conjunction. Moreover, a new debate is emerging to study the needs of regulating those initiatives trading with cultural legacy and the users' privacy on the Internet. This work is intended to point and quantify which externalities are derived from the Google Books Project and how different theories about public service are related.

Paraules clau

Servei públic, Google Books, biblioteques, estat social de mercat, drets d'autor, ciutadania, globalització, liberalització, indústries culturals, interès públic, tendències monopolístiques.

1. Introducció

Entrada al tema. Context.

El present treball s'ubica en el camp de la comunicació en xarxa i se centra específicament en interpretacions de conflictes actuals relacionats amb drets d'autor, dret i difusió de la cultura. **El cas a tractar és el projecte Google Books.**

Internet és una xarxa de xarxes, sense propietari possible i d'accés i participació amples (Weinberger, 2003). Geogràficament parlant, Internet no és quelcom que s'emmarqui dins dels camps dels estats, ni és fàcilment regulable d'una manera sistemàtica (a dia d'avui, l'any 2014).

Més enllà dels axiomes del canal, podem passar a referir-nos i a conèixer els **agents** que, com en la majoria de camps, existeixen i es mouen en aquest *mitjà*. Seran citats a mode introductori per saber a qui o què ens referim quan sorgeixin externalitats d'una activitat analitzada.

En el primer lloc es trobaria una ciutadania parcialment atomitzada, que utilitza el canal de manera heterogènia i amb diversitat de motivacions. Dins la ciutadania s'inclouen els moviments socials organitzats.

En segon lloc es pot posicionar la indústria, que utilitza el canal de manera heterogènia però amb una motivació comuna: obtenir un retorn o benefici. Aquesta indústria és variada, però ens centrarem en la indústria editorial i, més específicament, de recopilació i distribució de documents digitals.

En tercer lloc hi ha les institucions pròpies dels estats, organitzacions internacionals, que responen a interessos generals i molt específics.

L'anàlisi se centra en les accions d'una empresa d'àmbit global, Google. Aquesta s'ha d'adaptar a les legislacions particulars dels diferents estats on opera. Sovint les polítiques de l'empresa han xocat amb els interessos dels estats, fins el punt d'enfrontar-s'hi a l'hora d'oferir serveis tradicionalment entesos com a competència pública.

Context i filosofia específics de Google

Google és una companyia d'Estats Units que apareix el 1998 en el sector de les TIC i motors de cerca a Internet. El tret diferencial de la companyia és el seu interès en ordenar la totalitat de la informació mundial i centralitzar-ne l'accés.

La política de comunicació de Google es troba centrada en donar una imatge de modernitat, desenfadada i d'obertura cap a la societat, mantenint al màxim la discreció en referència als afers de la pròpia empresa. Si el coneixement mutu és el principi de la relació de confiança, així s'explicaria el fet que Google hagi realitzat esforços en donar-se a conèixer entre els líders

d'opinió. A més, la seva veritable matèria prima prové dels usuaris i de l'acumulació de dades amb potencials publicitaris que s'obtenen dels serveis directes i indirectes que ofereix Google.

En aquest sentit, l'empresa ha experimentat un considerable creixement vertical cap a nous sectors que, tot i no anar estretament lligats amb la cerca a Internet, han permès a la companyia aglutinar control i influència sobre parcel·les de mercat potencialment estratègiques en relació a les comunicacions en xarxa globals. Exemples que es podrien citar són el sector de la telefonia mòbil, amb la compra de Motorola, o el de les telecomunicacions, amb els satèl·lits de Google Loon.

Google Books no és un cas estrictament recent, però sí el que centrarà el focus d'aquest estudi.

Perquè Google Books

Analitzar les accions globals d'una empresa com Google és inabastable en l'extensió d'un Treball Final de Grau; per aquest motiu, s'ha incidit en el cas de Google Books la seva tasca bibliogràfica i de xarxa operativa, així com en la perspectiva que en té la indústria editorial.

En relació al servei de Google Books, afloren les qüestions generals:

...si les accions de Google Books s'emmarquen dins de les competències del que s'entendria com a Servei Públic (Accions d'interès col·lectiu tradicionalment responsabilitat dels estats)

...si Google Books té una estratègia a llarg termini amb vocació institucional o, pel contrari, es tracta d'una campanya d'estètica corporativa a curt i mitjà termini.

L'estudi se centra en el que no deixa de ser una forma de globalització que aparentment sacseja els rols tradicionals d'institucions i indústries/entitats de la cultura (no reduint-los a aquestes formes). **L'interès es troba en els impactes que té o pot tenir una acció de servei públic aplicada per un agent privat multinacional en un context on ja hi ha institucions pertinents. El cas a partir del qual s'encara l'anàlisi té, a més a més, una relació d'influència amb les indústries editorials nacionals.**

Metodologia de treball

L'anàlisi es planteja a partir de la consulta de **fonts secundàries**, complementada amb un apartat reflexiu.

Es divideix l'estudi en tres parts:

- **Una primera part, en la qual s'aborda des de les teories existents la idea de servei públic:**

El **marc teòric** en el qual s'encabeix l'estudi és el d'una **perspectiva sociocèntrica, partint de les teories de Responsabilitat social i de Servei Públic** (McQuail, 1994:30). Hi ha, en tercer lloc, un seguit de punts d'anàlisi adscrits en la **teoria liberal**.

Les dues primeres teories tenen arrels comunes i permeten analitzar els aspectes de servei i funció pública, i també la línia general de la comunicació externa de la companyia en relació a aquestes accions.

- **En la segona part es documenta en què ha consistit el projecte Google Books**, com s'ha desenvolupat fins l'actualitat, quins són els agents involucrats en aquest procés i en quins aspectes aquest s'ha vist i s'està veient afectat.
- **Una tercera part a mode de relació crítica i conclusions.** L'objectiu és la interpretació del conjunt de la informació presentada.

El següent esquema planteja els termes amb els quals es vol afrontar l'estudi.

Les **externalitats** del servei en qüestió poden ser positives o negatives, i els **agents** sobre les quals recauen són els ja citats:

Responsabilitats de Google en el servei de Google Books

Externalitats

Amb influència sobre:

- **Societat (ciutadania)**
- **Indústria**
- **Institucions**

1. **Positives**

2. **Negatives**

Rellevància de responsabilitats en el cas Google

Si s'entén Google com a canal, Google Books podria considerar-se un subcanal especialitzat en una categoria concreta de material cultural. Seria massa discutible l'etiqueta de 'mitjà de comunicació', pel fet que Books només proporciona el trànsit d'informació, venint sempre de tercers. Però des d'una perspectiva més político-econòmica (McQuail, 1994:142), els *mèdia* produeixen, en realitat, audiències -i no mercaderies en format cultural- en tant en quant que és aquest disseny de negoci el que els fa *mèdia*.

El ja citat plantejament aplicat al cas de Books:

El control d'un canal (infraestructura logística i tecnològica) porta a una apropiació de continguts (mercaderies culturals per se) que, consegüentment porta a l'aparició d'audiències amb els seus corresponents retorns indirectes en concepte de volum de publicitat i dades dels usuaris amb interès comercial per als propietaris.

Tenint en compte que Books també realitza una **tasca de recol·lecció, reconeixement i digitalització de material**, és d'interès estudiar com aquesta tasca que connecta positivament l'empresa amb el seu públic comporta **problemes als agents que perden influència estratègica** (i consegüentment ingressos).

2. El Servei Públic.

La noció de Servei Públic té els seus orígens a França i va lligada al model d'estat modern democràtic, on es considera que el paper d'aquest ha d'anar més enllà de les tasques administratives i de seguretat.

2.1. Principis.

Hi ha discrepàncies a l'hora de determinar què és o què hauria de ser servei públic i què no. La satisfacció de necessitats de caràcter general és el punt de partida.

Bonnard Jèze o Rolland ho plantegen com 'una tècnica de gestió de **serveis essencials d'interès general**' (Stamatoulos¹). Altres definicions més estrictament estatals (Duguít, 1913:27) el defineixen com '**una imposició d'obligacions als governants en relació a la ciutadania, que ha de servir per justificar la major força dels primers**'.

L'estat pren responsabilitat dels serveis d'interès general, en tant en quant van adreçats a cobrir drets fonamentals de la ciutadania. Els serveis d'interès general normalment no poden ser satisfets amb les lògiques de mercat i són de naturalesa universal.

Quins són els serveis públics.

La Declaració Universal dels Drets Humans és un bon punt de partida per entendre què són o no drets bàsics i universals. Com que l'anàlisi se centra en Google Books, i aquest és de naturalesa cultural i s'ha plantejat com a eina potencialment educativa, ens centrarem en els aspectes relacionats amb el **dret a l'educació i cultura, i el dret a la informació i comunicació**:

L'article 22 de la Declaració Universal dels Drets Humans concreta que totes les persones tenen el dret reconegut de disposar d'un sistema bàsic de seguretat social que proporcioni eines per al desenvolupament personal i la satisfacció de drets culturals.

L'article 23 concreta el dret al treball i la lliure elecció d'aquest, així com unes condicions dignes i equitatives, una remuneració adequada i digna, i el dret sindical.

L'article 26 concreta el dret a la educació, universal i amb els mèrits com a única limitació. L'objectiu de la educació és i ha de ser el desenvolupament personal individual i col·lectiu.

L'article 27 concreta el dret a la participació en la vida cultural i artística de la comunitat, al progrés científic i el dret moral respecte aquestes produccions científiques, literàries o artístiques de les quals la persona sigui autora.

La Constitució Espanyola acata en l'article 10.2 tots els punts concretats en la Declaració Universal dels Drets Humans, i determina en l'**article 27** el caràcter obligatori, gratuït i general de la educació, en tant en quant que és un servei públic. L'**article 44** implica la promoció de la cultura i la recerca científica en tots els àmbits de la societat per part de l'estat. L'**article 20** reconeix el dret de lliure expressió sense

censures de cap tipus, garanties d'accés universal dels diversos grups socials i polítics als mitjans de comunicació públics, el dret a l'honor, la intimitat, la imatge i protecció de la joventut i infància i, reconeixement únic de casos d'excepcionalitat per causes judicials.

Aquests punts determinen (en el cas dels DD.HH.) que els estats tenen responsabilitat de garantir en la major mesura possible l'accés a aquests serveis, ja sigui directament (funció pública) o indirectament (concessionaris, acords...), però no aclareix la necessitat de l'existència o no de regulació de l'activitat d'agents que desenvolupin tasques diferents i potencialment positives al marge de l'administració.

2.2. Aproximacions teòriques

Un plantejament d'anàlisi: sociocèntric i específic en les accions de l'empresa.

Es planteja un anàlisi de les maneres d'entendre el servei públic a partir de dues concepcions polítiques i econòmiques de l'ordre de la societat, **la tradició europea (economia social de mercat) i la tradició anglosaxona (liberal)**. Cadascuna té les seves respectives manifestacions pel que fa a teories dels mèdia i del servei públic.

És interessant utilitzar matisos de teories convencionalment enteses dins l'entorn de la comunicació de masses (dels *mèdia*) sociocèntriques, que abasten els aspectes adients per cada qüestió (Enfocaments sociomaterialista i socioculturalista)(McQuail,1994:30). Es vol evitar reduir el cas només a la dimensió mediàtica i permetre'n un estudi de l'acció social en el seu conjunt a partir d'exemples específics.

Les teories dels mèdia són extrapolables a certs *mitjans-intermediaris* establerts a Internet, com en el cas de Google Books .

2.2.1. Tradició europea: economia social de mercat

Es tracta d'una concepció de l'ordre econòmic amb un pes important de l'estat en el terreny dels drets fonamentals. S'adscriu en el context de l'Estat del benestar, on l'administració té la obligació de fer-se càrrec dels serveis d'interès col·lectiu on la lògica de mercat no ofereix una eficàcia acceptable. La prioritat per mantenir i oferir béns i serveis d'interès públic justifica, d'acord amb aquesta tradició, l'existència de regulació i/o d'una economia pública orientada a cobrir necessitats generals.

Les manifestacions de l'Estat es donen en diferents formes i nivells. Es poden donar directament, en forma de prestació directa de serveis públics, o en forma de subvencions a indústries i serveis d'interès, que impliquen una intervenció indirecta en la economia.

Aproximacions teòriques del model de servei públic europeu:

León Duguit planteja un model estatal aglutinador i considera indissociables servei públic i actuació estatal; "No pot haver-hi servei públic fora de l'estat". Considera que l'Estat és l'únic que pot garantir-ne el subministrament permanent (Cienfuegos, 2008), per la qual cosa aquest s'ha de mantenir inevitablement sota el control dels governants.

En posicions moderades hi ha **Gastón Jaze** (Muñoz González, 2012), que redueix el servei públic a l'activitat estatal integral ("El servei públic és tot el que fa l'estat"), i **Maurice Hauriou** (Muñoz González, 2012), que ho acota més ("El servei públic són algunes activitats de l'estat").

Repercussions d'aquestes concepcions de servei públic en les teories de la comunicació i cultura.

Es presenten dues aproximacions, que es plantegen en funció dels tipus de béns amb els que es treballen:

- **Teoria de Responsabilitat Social**

S'empara en el concepte de llibertat d'expressió i circulació d'informació, i s'entén dins del context de garanties dels drets bàsics, que justifiquen l'existència de mitjans de comunicació. Basa el seu exercici en l'ètica professional (autocontrol, autoregulació, codis d'ètica professional) i està en contra de les intervencions governamentals. **L'article 20** de la Constitució espanyola, que defensa el dret a l'expressió sense censura, reflecteix part d'aquesta teoria. Considera que **la propietat dels mitjans no concedeix una 'carta blanca' en les accions que realitzi l'empresa**, en present o en futur. La perspectiva de la societat és individualista.

- **Teoria del Servei Públic**

Segons McQuail (1994:126-127) es tracta d'un subpunt dins de la Teoria de Responsabilitat Social, i es diferencia de l'anterior en el sentit que l'objectiu de la Teoria de Servei Públic és el reforçament de la cultura nacional. Descansa sobre un sentit específic de col·lectivitat social i molt orientada als serveis de control públic. Defensa un **accés universal als mitjans, en tant en quan que es consideren un servei a la societat**, amb la màxima imparcialitat i independència possibles, i el sentit de bé col·lectiu com a nord de les accions del mitjà. En aquesta teoria, la manera de garantir el compliment de la universalitat en quant a la presència social als mitjans és a través de l'economia pública.

2.2.2. Tradició liberal

La teoria liberal planteja un model econòmic basat en el lliure mercat i en un Estat essencial, on aquest no té tantes obligacions i se li dona el pes real a la iniciativa privada.

Què diu el model liberal en relació al servei públic:

Aquest model dona menys notorietat al concepte de servei públic; **Henri Berthlemy** (Muñoz, 2008) considerava que és poc important discutir qui ha de fer què, centrant el focus d'interès en la iniciativa privada.

Fins i tot **Zanobini, Alessi i Giannini** (Stamatoulos¹) ometen el concepte de "Servei" i parlen de funcions públiques, en referència a les tasques de gestió i administració electrònica governamental, no necessàriament orientades a satisfer necessitats ciutadanes.

Una diferència substancial amb el model europeu és una consciència de responsabilitat social, més associada a la filantropia que a les activitats que pugui o hagi de realitzar l'Estat.

En aquest sentit, les empreses implementen els seus propis models amb retorns positius per la societat, a l'estil del que a Espanya es coneix com a *obra social*. Aquest model havia manifestat dèficits de filantropia i acció voluntària quan es fonamentava únicament en el pur *laissez faire*. La teoria liberal s'està reformulant al voltant del terme de 'responsabilitat' que tenen les empreses (Galán, 2012). Es considera que l'empresa no és un ens aïllat de la societat, i que les pràctiques economicistes no són inofensives en relació a la societat. L'últim cas paradigmàtic d'aquesta manca de consciència social ha estat la crisi del sector financer, que va esdevenir macroeconòmica.

Les teories de responsabilitat empresarial no deixen de mantenir l'empresa en el centre dels criteris a l'hora de prendre decisions. La diferència és que el cercle que condiciona les decisions s'estén fins una part més o menys ampla de la societat en el seu conjunt. El

plantejament afirma que, donada la complexitat del rol social i econòmic que la corporació actual té, aquesta no es pot mantenir al marge dels seus múltiples propietaris (accionistes) i clientel·les (stakeholders¹). Es presenta (Collet, 2010: p.365) un creixent interès en combinar beneficis i perjudicis en una relació -suposadament- igualitària amb els grups de públic i clientel·les. És una manera cada cop més habitual de les empreses per persuadir (Collet, 2010: p.370) i gestionar les expectatives socials que aquestes generen (Morsing, 2006: 117).

- **La responsabilitat social corporativa** és una dinàmica empresarial orientada a la persuasió i legitimació social a través d'accions (aïllades o en conjunt) **socialment positives**. S'emmarca dins del **model liberal**, i emergeix en resposta a una manca sistemàtica d'ètica dels governs corporatius (d'empreses grans i corporacions) durant les últimes dècades. Descriu una relació d'interdependència entre empresa i societat que pretén suplir les excessives externalitats negatives dels models del segle XX (Galán, 2012) després de constatar que les empreses poden desencadenar conseqüències més enllà dels seus propis límits (Sen, 2007:54-60). La base del model és "**maximitzar la utilitat tenint en consideració els agents primàriament afectats, i en segon terme els secundaris co-dependents**" (Collet, 2010: p.364). **No pot ser cosmètica**, no pot ser màrqueting social, i no és merament un acte de filantropia (Galán, 2012:202,203).

Alguns dels punts que consolidarien aquest procés són la declaració de missió en relació a la societat, ambicions compartides amb la ciutadania, i l'establiment d'estratègies responsables (Bergmans, 2006: 117).

Acció social de l'empresa.

La presa de decisions en l'empresa no és simple quan es tenen en consideració agents externs a aquesta. Les intencions de l'empresa són **abstractes** (1) més enllà dels balanços; les demandes són **estadístiques** (2), per la qual cosa les empreses pateixen el risc de simplificar o generalitzar; en darrer lloc, la visió del futur va en funció de la **retòrica que comunica l'empresa** (3). Si una empresa es dona a conèixer com a quelcom ètic, o filantròpic és d'interès estratègic a l'hora de perpetuar llicències d'actuació i despertar admiració i confiança (Morsing, 2006: 117). Francés (2004) diu que en la economia globalitzada l'únic espai d'excel·lència d'una empresa és el terreny de la responsabilitat social.

Remarcava Carreras, Director d'Oxfam (Galán, 2012), que **s'ha de distingir entre l'acció social i la responsabilitat social**. La primera s'inclou en la segona, però la segona no es redueix a la primera; Carreras adverteix que, **encara que una empresa pugui fer accions**

¹ *Els stakeholders és una denominació ampla d'aquells usuaris i comunitats participants en una relació d'interès mutu amb l'empresa en relació a les accions d'aquesta.*

socials bones en si mateixes, no significa que aquesta empresa sigui socialment responsable. Caldria veure cadascun dels àmbits de la responsabilitat social per concloure quelcom (Carreras, 2012:102)

En qualsevol cas, el motor de transformació real han de ser les mateixes empreses i no els grups de pressió. A curt termini la tendència no canviarà, i per aquest motiu els rols de servei de l'estat no es troben, en cap cas, en perill per les sinèrgies entre institució pública i empresa privada.

Google Books i les biblioteques en representen un exemple: les dues parts han sortit mínimament afavorides, però com a iniciatives tenen filosofies i orígens diferents.

3.Pràctiques de Google Books

Google va iniciar Books el 2004 amb la intenció de digitalitzar quinze milions de llibres de biblioteques dels EUA i Regne Unit en un període de deu anys. Aquest patrimoni digitalitzat serviria per la consolidació d'un cercador que contingues col·leccions de llibres (i fitxes) d'universitats importants (Chik, 2011:334) i que, en termes últims, posés en contacte usuari i intermediari (editorials o biblioteques) per tal de realitzar la vendes o préstecs. Google volia escanejar biblioteques senceres per esdevenir el "cercador de llibres per antonomàsia" i obtenir-ne ingressos (Assumpció, 2010:3). El 2004 els acords originals van ser amb les editorials Penguin, Hyperion, Scholastic, Houghton Mifflin i algunes universitats, a les quals es van afegir posteriorment Harvard, Michigan, Stanford, Oxford i la Biblioteca Nacional de Nova York (Béquet, 2012:7-8). Google pagava les despeses de l'escanejat dels llibres i en cedia una còpia digital a les biblioteques.

El desenvolupament dels mitjans de comunicació i les comunicacions creen noves formes d'acció i interacció, així com nous tipus de relacions que es donen en formes diferents a les històricament convencionals (Thompson, 1991:81). Els exemples es donen en els nous models de negoci que estan esdevenint els distribuïdors de continguts culturals a Internet, com Google Books. En aquest sentit, com que la llei del copyright no havia estat feta amb el món digital en ment això es presenta d'entrada com a problema de Google, que és qui ha d'arriscar-se a treballar per acordar amb les editorials els drets de posar llibres antics amb copyright a l'accés públic.

En el marc jurídic de Google Books hi ha tres agents; **els titulars dels drets de propietat intel·lectual, les biblioteques i l'empresa Google** (Esteve, 2010:1).

La matèria prima de Google Books és el patrimoni cultural que es troba en suport de paper. La classificació principal que es fa del material és en funció de l'estat legal de la titularitat dels drets d'autor:

1. Obres amb drets vigents, que tenen titulars i exigeixen acords comercials bilaterals.

1.1. Obres amb drets vigents que es troben fora d'impressió.

2. Obres orfes: tenen drets vigents però l'autor o titular dels drets no es coneix o no és localitzable.

3. Obres de domini públic. Són aquelles que es troben alliberades de drets d'autor. Poden ser obres antigues de les quals no hi hagi hagut renovacions dels drets, o d'altra banda també poden ser de llicències obertes, com les Creative Commons o Copyleft.

Els llibres accessibles íntegrament a Google Books només són aquells alliberats de copyright per l'autor o per llei, i es publiquen sota el nom de 'préstecs digitals'. S'ofereixen opcions de compra en funció de l'estat del copyright relatiu a cada obra (Chik, 2011:335). En aquest sentit, hi ha més dinàmica bilateral amb els editors.

La iniciativa de Google Books de crear una biblioteca a la xarxa no està sola. Donat l'ample accés d'Internet, les biblioteques digitals són oferides per organitzacions diverses, ja siguin privades (com Google Books o Amazon amb el seu '*Search inside the Book*'), consorcis mixts (com la Open Content Alliance), o institucions públiques, com les biblioteques nacionals (Béquet, 2012:3).

Google Books es materialitza en dos projectes amb dues ànimes diferents:

- **Google Books Partner Program**, que aglutina els acords amb editorials i proporciona beneficis mutus en forma de compres, remuneracions i digitalització. Pretén esdevenir, en última instància, un gran consorci comercial de distribució de continguts (no només llibres, sinó també revistes) a la xarxa. Les despeses d'escanejat no corren íntegrament a compte de Google, donada aquest suposat bilateralisme amb la indústria.
- **Google Books Library Project**, que fa referència als acords que la companyia té amb biblioteques per tal d'escanejar els fons bibliogràfics a cost zero, amb l'objectiu de fer que estiguin disponibles a la xarxa. No hi ha un interès directe en amortitzar aquestes labors a curt termini, però és cert que en essència afavoreixen el conjunt de la companyia i la divisió Google Books, en aportar continguts, trànsit de visites i imatge pública. Les biblioteques reben una còpia digital de les obres que proporcionen, a banda que s'hagi parlat de les limitacions de propietat que Google manté sobre aquestes còpies digitals.

3.1. Google Books i l'Estat.

Les institucions culturals o informatives realitzen, molts cops, un servei social valuós. L'afirmació és teòricament aplicable a certs agents privats en contextos específics, sempre que hi hagi un principi d'obertura i de voluntat de participació en l'esfera pública (McQuail,1994:42). En aquest sentit els mitjans convencionals **són** una institució social establerta que depèn de la societat i, en concret, de les institucions de poder polític i econòmic (McQuail:1994:29).

Quan agents públics i privats coincideixen en parcel·les del camp de servei públic es planteja una qüestió: **són uns més legítims que els altres?**

En el marc de l'estat europeu del benestar, les institucions culturals per excel·lència han estat tradicionalment el sistema educatiu, les biblioteques i les infraestructures de radiotelevisió pública. L'entrada progressiva d'agents privats en sectors immediatament colindants implica el interès general d'una regulació que eviti distorsions en els principis originals de servei per part de concessionaris i tercers.

Relació amb les biblioteques

El punt de partida original de Google Books era un acord del 2004 entre Google i biblioteques dels EU i Regne Unit que permetés posar dins el cercador Google les obres els drets d'autor de les quals haguessin prescrit. A part d'això, es va presentar inicialment Google Books (En aquell moment encara es deia Google Print) per satisfer les necessitats de fer llargs viatges a biblioteques llunyanes, per tal de realitzar treballs científics o curiositat (Reischl, 2008:132).

Google Books pretenia oferir un servei semblant al d'una biblioteca, i l'empresa donava per fet que, a la llarga, obtindria reconeixement i suports que els permetrien legitimar **el seu model de negoci** per tal de seguir la tasca.

Jeanneney (Bécquet, 2006:10) denunciava que les biblioteques sortien perdent de l'acord amb Google Books, pel fet que havien hagut de fer inversions (públiques) massives per tal d'adquirir els llibres, mentre Google no només havia de fer una despesa menor en concepte de despeses d'escaneig, sinó que també pretenia treure'n un rendiment econòmic per la publicitat (Bécquet, 2012:10). A pesar que és un atractiu balanç per Google, són moltes les biblioteques que han vist en Google Books la possibilitat de col·laborar amb la difusió del coneixement, o d'escanejar col·leccions a cost zero.

Actualment el projecte Google Books Library Project té un abast global. **Alguns exemples actuals i propers de biblioteques que estiguin col·laborant amb Google Books fora de l'òrbita anglosaxona** (Assumpció, 2010:3) **són:** Biblioteques públiques de Roma i Florència, la biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid, la Biblioteca de Catalunya, la Biblioteca de Montserrat i les biblioteques del Seminari de Barcelona i l'Ateneu Barcelonès. Al Japó i l'Índia s'han donat casos equivalents.

Actualment aquests acords es mantenen dins el **Google Books Library Project**, que inclou totes les obres legítimament proporcionades per part de biblioteques i institucions culturals a Google Books. Aquesta és l'única cara del projecte Google Books que té possibilitats reals de ser considerada un servei públic (per la seva naturalesa no -tant- comercial com l'altre programa de Google Books, **Google Books Partner Program**).

Greuges estatals contraris a Google Books

França és un cas paradigmàtic en termes de polítiques culturals i suport a la cultura nacional, en tant en quant que es considera un bé públic. És un cas conegut pel fet que des d'institucions culturals de l'Estat (la Biblioteca Nacional, per exemple) es va impulsar la oposició a cedir a Google Books el domini d'obres franceses en considerar que les indústries culturals americanes treballen en favor de l'anglès i en detriment de la resta de llengües. Diu Jean-Noël Jeanneney, principal impulsor de les reclamacions i exdirector de la Biblioteca Nacional de França, que el fet de buscar Cervantes, Goethe o Dante, i obtenir només resultats d'obres en anglès era preocupant (Jeanneney, 2005:13), i cita Alain Peyrefitte, qui diu que *'Europa serà colonitzada pels americans si segueix únicament les imposicions del mercat i les seves multinacionals'* (Jeanneney, 2005:22). No és un fet nou que l'Estat francès tracti i hagi tractat tradicionalment amb un fort escepticisme el fenomen de la globalització de les indústries culturals. En aquest sentit, el moviment francès aniria contra una tendència homogeneïtzadora i globalitzadora impulsada per corporacions internacionals anglosaxones. Rantanen (Rantanen, 2005:4-7), definia el fenomen de la globalització com un pack complex d'interaccions entre aspectes humans, materials i simbòlics que desemboquen en pràctiques i posicionaments diversos i heterogenis que, a llarg termini modifiquen els estats del poder social, cultural i polític. La concepció francesa és conscient dels riscos de la liberalització cultural i, manifesta que l'excepció cultural nacional és quelcom que val la pena conservar, oposant-se a cedir sobirania en aquest aspecte a agents externs que no comparteixen, a més, aquesta visió.

La iniciativa francesa va comptar amb el suport d'una entesa dins d'Europa que sumava **Alemanya, Espanya, Itàlia, Polònia i Hongria** (Jeanneney¹, 2005:22), amb l'objectiu d'aglutinar diversos estats interessats en el problema i deixar clar que, com defensava el llavors president francès, Jacques Chirac (Jeanneney¹, 2005:28), "no volien fer un sol pas de manera que fos no col·lectiva" (Referint-se a el interès per la heterogeneïtat cultural europea).

La iniciativa de Jeanneney va ser replicada des d'Estats Units apel·lant a una frase de Pierre Bourdieu sobre Jeanneney, en la qual assegurava que aquest era part d'una dinastia cultural que havia anomenat "noblesa d'Estat" (Béquet, 2012:8), i que va ser pres seriosament per part dels seus companys europeus per la legitimitat que li proporcionava el càrrec que ostentava (President de la Biblioteca Nacional de França)(Béquet, 2012:8).

La conseqüència del procés (l'any 2005) va ser la planificació d'una biblioteca europea pública i oberta a la xarxa (**Europeana**, oberta el 2008 i encara en desenvolupament a dia d'avui). La Biblioteca Nacional de França ja tenia el seu propi servei de biblioteca digital a la xarxa, **Gallica**, que va col·laborar amb Europeana.

La Biblioteca Britànica va ser el cas excepcional, ja que va preferir signar un acord amb Microsoft i l'Open Content Alliance en lloc d'unir-se a la iniciativa del projecte europeu. Aquesta última no era de naturalesa pública, en tractar-se d'un consorci que emergia en resposta a Google Books, i aplegava universitats, institucions culturals, empreses i d'altres agents.

Des d'una perspectiva legal d'aquest fenomen s'aprecia que, segons les lleis dels EUA, hi ha un punt constitucional que afavoreix el no condicionament de la propietat dels mitjans de comunicació i indústries culturals, que poden ser íntegrament de propietat estrangera sense qüestionaments d'interessos nacionals. En el cas francès això no és així (Carpo, 2010), pel fet que **les indústries culturals nacionals es considera que fan un servei públic als francesos**. Afirmava Jeanneney que al permetre que una multinacional com Google posi gratuïtament a disposició els llibres que formen el patrimoni de França (sent extrapolable a qualsevol altre país) realment no se n'està cedint l'ús als usuaris, sinó a una multinacional que té interessos comercials (Reischl, 2008:132). S'ha plantejat, fins i tot, que la difusió de la herència de diversitat cultural europea pugui ser una acció de servei públic en relació a la ciutadania continental, un dels fets pels quals la dinàmica de Google Books no s'acaba d'adaptar (Béquet, 2012:12).

El problema al qual es referia Jeanneney està en la incompatibilitat de defensar les indústries culturals nacionals, en concret d'aquelles que es trobessin al servei de la ciutadania, amb la liberalització i mercantilització dels sectors culturals a nivell global. Com que França té la particularitat cultural i lingüística, s'ha oposat sistemàticament a aquestes lògiques que, possiblement a llarg termini juguessin en contra dels interessos de la pròpia ciutadania i indústria cultural. Un cas il·lustratiu del que denunciava Jean-Noël Jeanneney és l'adquisició del New York Post per part de Rupert Murdoch als EUA, qui ni es va haver de fer ciutadà americà per dur a terme la operació. Es podria interpretar la venda com una pèrdua de sobirania sobre els interessos del país (EUA), que passaven a mans privades estrangeres (Murdoch).

Altres iniciatives no comercials provinents de xarxes d'institucions culturals

Google Books Library Project apareix en un terreny on ja hi havien entitats de col·laboració entre institucions culturals de diferents països en actiu. En l'actualitat un dels més coneguts dins de l'esfera no comercial i no privada és **WorldCat**, un índex de llibres digitals que suposadament és el major del món, i permet accedir als repositoris digitals de biblioteques de molts països en obert. El projecte WorldCat és una iniciativa de l'**Online Computer Library Center (OCLC)**, entitat activa des de finals dels anys seixanta que suposadament connecta 23.000 biblioteques en 170 països². Un altre intermediari cultural sense ànim de lucre, i de grans dimensions, és **Europeana**, projecte adscrit en la teoria europea de servei públic fundat a posteriori en una entesa entre França, Alemanya, Espanya, Itàlia, Polònia i Hongria en resposta a Google Books.

3.2. Indústria relacionada

² Sobre l'OCLC: <http://www.oclc.org/en-europe/about.html> (Revisat 9.6.14)

El cas de Google Books va començar com un acord *amb bones intencions* i va acabar tenint molts requeriments legals per part d'altres afectats que no es trobaven dins de l'acord, i no van veure's representats en aquest.

Els titulars encara no estan a favor de posar els seus continguts a Internet, ni que sigui sota pagament. Suposadament Google només penja íntegrament material de domini públic, és a dir, aquells que es troben alliberats de drets d'autor. Les obres comercials només es pengen en forma de previsualitzacions i sempre d'acord amb el consentiment de l'editor. Les obres descatalogades, que es troben fora d'impressió, s'han tractat legalment en funció de la vigència dels seus drets, i en cas d'haver-hi vigència de drets només s'han publicat senceres si hi així s'ha acordat amb la indústria. Per aquest motiu hi ha obres que es troben fora d'impressió que no estan disponibles a Books.

Qualsevol obra que es trobi dins d'acords amb editorials es troba dins del **Google Books Partner Program**, que és la vessant més comercial i propera a la indústria de Google Books. Com ja havíem dit, té la pretensió de crear i consolidar un consorci comercial amb les editorials per tal de blindar el projecte Google Books. Aquesta intenció es va materialitzar amb l'acord l'any 2008 entre Google i l'Associació Americana d'Editors, i The Authors Guild, i va comportar una demanda per pràctiques monopolístiques per part de l'Open Book Alliance.

Tractament de les obres orfes

Les obres orfes són aquelles que són d'autor o responsable indeterminat presenten a Google el problema d'haver d'investigar i/o garantir-ne els drets, imperatiu que s'ha ignorat amplament. Dels més de set milions de llibres de Google Books, una quantitat substancial d'obres són descatalogades i prop d'un 40% són obres sense titular reconegut (Hausman; Sidak, 2009, p. 420). Google Books pot vendre obres òrfenes, però ha de pagar als editors i autors del projecte Google Books Partner Program (Hausman, 2009: 420). Així es garanteix un mínim de retorns per als participants del programa

El conflicte

Google no pretenia vendre llibres ni substituir les editorials. Posava enllaços a les editorials/intermediaris sense demanar autorització als titulars (Chik, 2011:335) i preferia mantenir-hi una relació -sospitosa de ser *paràsita* en molts casos- que es fonamentava en les reclamacions a l'hora de negociar. Aquest model de demanda d'associació o retirada es va anomenar **opt-out**. Es van realitzar infraccions *massives* (Chik, 2011:335) de drets de propietat intel·lectual en tant en quant es van ometre els contextos de legislació d'origen de les obres i amb finalitats clarament comercials. Es tractava d'un cas d'exhibició pública de material d'un tercer -documents o fragments (Chik, 2011:336, 337)- en un espai públic.

El model opt-out va costar a Google nombroses demandes per **vulneració de drets d'autor** que s'han anat resolent entre 2005 i l'actualitat. Destaquen la de la societat americana d'autors

el 2005, l'Authors Guild, amb un acord comercial, i la del Tribunal francès el 2006, amb un resultat desfavorable a Google. La llei francesa, per exemple, no reconeixia l'ús just i limitat de les obres.

Els casos vistos fins ara no eren aïllats. El 2006 a França, Google França va perdre un plet contra l'editorial *La Martinière* per les mateixes pràctiques. Va haver-hi una indemnització de 300.000 euros per l'editorial i 10.000 euros diaris per cada dia que Google mantingués els llibres a les seves bases de dades (Suárez, 2012:161). El 2011 les dues empreses acorden publicar en obert obres descatalogades de *La Martinière* subjectes a drets d'autor. Tres editorials franceses més, *Gallimard*, *Flammarion* i *Albin Michel* van demandar Google Books a l'estil del que havia fet *La Martinière* anys abans. Demanaven quasi 10 milions d'euros, comptant mil euros per infracció (cada llibre escanejat) (Suárez, 2012:162).

L'arrel de tot el problema provenia d'una interpretació molt parcial del concepte legal americà d'ús just, el qual permet utilitzar obres parcialment i sense ànim de lucre continguts protegits per drets d'autor. Segons la indústria, per molt que només es faci una exhibició pública parcial de les obres, el fet de digitalitzar-les implica un acte de reproducció que obligatòriament hauria d'estar autoritzat pels titulars.

Molts dels conflictes de Google als tribunals han desembocat en **acords comercials de col·laboració amb beneficis mutus** i que, en termes últims, han reafirmat el domini dels titulars dels drets sobre les seves obres a la xarxa. En essència, la indústria tem que es produeixi una *desintermediació* (García, Arévalo, Roderó, 2010:54) que transformi el model de negoci en quelcom tendent a la monopolització en l'explotació de les obres (Codina, 2010: 13)

Això posa de manifest que, **inclús encara que l'eina pugui ser socialment valuosa, pot comportar efectes negatius a la societat.**

Per exemple, si la indústria sortís perjudicada dels acords o relacions amb empreses com Google Books (intermediaris en xarxa, indirectament comercials), són les editorials les que perdrien ingressos, fins el punt que podrien arribar a reduir plantilles o tancar. A part, es presenta el **risc per les llengües minoritàries** de perdre interès en les traduccions pròpies en favor d'altres llengües més esteses. Un exemple d'aquest cas podria ser l'occità, en la seva pugna amb el francès. A més, els països d'origen podrien perdre volum en el PIB, per les atenuacions en aquests sectors industrials, en favor del creixement de l'empresa intermediària, en aquest cas Google Books. Això són handicaps per la societat d'origen de les indústries, ja que es presenta un risc potencial de pèrdua de dinamisme si no hi ha una ràpida adaptació als canvis que experimenten les lògiques comercials a la xarxa.

En termes generals, els principals errors que va cometre la companyia van ser dos (Assumpció, 2010:2):

- Pressuposar que el fet de penjar al buscador fragments d'obres amb drets (sense autorització) per tal d'atraure usuaris i potencials compradors podia ser legítim d'entrada;
- No interessar-se en l'adaptació a la situació legal que envoltava les obres:
 - Diferències entre legislacions nacionals de l'origen de les obres
 - La situació d'aquelles obres sense estatus o titulars explícits (obres òrfenes)
 - Manca de rigor a l'hora de determinar les obres de domini públic.

Entesa amb els consorcis

A partir de 2010, Books canvia la seva manera d'enfrontar els plets que portava. Actualment hi ha moltes obres que només hi són presents a mode de fitxa en línia i per compra, i la majoria d'obres senzillament són "previsualitzacions limitades". Es decideix que la compra d'obres que no estan en impressió sigui accessible en versió digital per a institucions i persones individuals, amb ingressos compartits entre Google i els posseïdors dels drets. S'afirma que aquest acord normalitza el litigi dels drets i que, al mateix temps, fa que les reedicions en paper de llibres antics siguin menys probables.

Google Books genera benefici a partir de les comissions de venda, no a partir de els anuncis contextuais, que actualment han desaparegut³.

Per aquest motiu, els ingressos provinents de la publicitat són indirectes.

³ Digital Book World. Google Discontinues Google Books Ads Program (10.06.14)
<http://www.digitalbookworld.com/2013/google-discontinues-google-books-ads-program/>

Google Books actualment ja no paga la totalitat dels costos d'escanejar llibres, per la raó que els editors i universitats també treuen profit venent obres que estan parcialment exposades a Books.

Transformacions en la indústria editorial

Tenint en compte que Google s'ha imposat recentment com a marca global més valuosa segons l'estudi anual Milward Brown (Milward Brown, 2014), no és descabellat dir que la companyia no només no ha sortit perjudicada dels greuges legals derivats de Google Books, sinó que a nivell d'imatge n'ha sortit enfortida. Com aquell qui, humilment comet errors, Google no va poder imaginar que la gent de les indústries editorials no entendria la seva bona causa. Pressionant els governs nacionals a través de cartes de conciliació, convenientment filtrades a la premsa (Redondo, 2014:58), Google Books ha anat sobreportant els problemes més notables als quals s'enfrontava fins ara. A més, per part de la indústria no es percep amb el mateix escepticisme que fa uns anys, ja no es tracta d'un enemic sinó d'un potencial intermediari comercial. De fet, la majoria d'editorials espanyoles tenien el 2009 intencions de fer l'aterrament al sector del llibre digital (García, Arévalo, Roderó, 2010:58), amb la qual cosa Google Books Partners Project té el futur assegurat.

L'altre aspecte a tenir en compte és que els editorials tampoc compten que la comercialització de llibres digitals sigui la seva principal via d'ingressos, al menys no fins més enllà del 2020 (García, Arévalo, Roderó, 2010:58).

La comercialització de la cultura que hauria de ser un servei d'interès general

L'altra cara de la digitalització dels editorials la planteja Jeanneney, en crítica als nous intermediaris (els que formaran part d'una economia cultural post-industrial -no viuen de la producció-) que, necessàriament hauran de treure recursos indirectes, ja sigui per publicitat o per comercialització de dades. Jeanneney plantejava que el llibre era l'únic suport cultural que s'havia mantingut al marge de la publicitat, i que aquest *status quo* havia de mantenir-se en pro de l'interès públic i el patrimoni cultural (Béquet, 2012:10). Planteja també la possibilitat que, per molts contractes bilaterals que s'hagin fet en relació a la disponibilitat de les obres a la xarxa, per la condició d'apropiació la conservació d'aquest patrimoni a la xarxa pugui caure en les circumstàncies de la perennitat d'Internet, i acabi perdent-se, o sent inaccessible (Jeanneney¹, 2005:122-123). Europa és, en la teoria, més conscient d'aquesta perennitat de la xarxa que Google (Jeanneney¹, 2005:123) i té més experiència en gestió de patrimoni històric.

Google Books i la competència comercial digital

A banda que Google com a companyia general domini el trànsit de visites a Internet (no es pot extraure dades específiques a Google Books), la competència immediata, Amazon, queda en onzena posició global a Alexa. De la mateixa manera, tampoc es pot obtenir informació relativa a quantes visites a Amazon són per trobar llibres, en el format que siguin. Els ingressos de la venda de llibres ascendeixen a 5,25 bilions de dòlars el 2013, el 7% dels ingressos totals de la

companyia. De Google Books no hi ha dades, tot i que el 2013 van tancar el programa Google Books Ads, que posava frases de text a mode publicitari per la seva baixa eficàcia i ingressos⁴, deixant només els enllaços directes als editorials i distribuïdors dels llibres. A més, la publicitat genera escepticisme als usuaris.

Altres iniciatives no comercials provinents de la iniciativa privada

De la mateixa manera que Google Books Library Project apareix en un context on ja hi ha agents d'institucions públiques treballant, el projecte Google Books (en el seu conjunt) comença el seu camí en un camp on ja hi existien iniciatives de digitalització i difusió d'obres. Ja el 1971, el **Projecte Gutenberg** apareixia als Estats Units (de la mà de Michael Hart, un empresari i filantrop) com una biblioteca de llibres digitals. El 1996 apareixia Internet Archive, una organització sense ànim de lucre⁵ que participa en tres grans projectes: l'Open Content Alliance, que és un consorci entre universitats, empreses i institucions culturals que fa una labor equivalent a la de Google Books, però amb la diferència que les publicacions i digitalitzacions es fan havent demanat permisos a priori als titulars dels drets⁶; **Million Book Project**, orientat a la digitalització d'autors indis i xinesos, i **Open Library**, iniciada el 2007 i destinada a llistar i recopilar una fitxa per cada llibre publicat. **Open Book Project** realitza una labor de recopilació i accés universal en relació a obres que no tinguin drets d'autor. Aquestes iniciatives s'adscriuen en la teoria liberal, que considera que els agents privats tenen la llibertat de desenvolupar el rol de legítims prestadors de serveis d'interès general (sense ànim de lucre en els casos citats en aquest punt).

⁴ Digital Book World. *Google Books Discontinues Google Books Ads program*.

<http://www.digitalbookworld.com/2013/google-discontinues-google-books-ads-program/>

⁵ Sobre l'Internet Archive: <https://archive.org/about/faqs.php> (Revisat 9.6.14)

⁶ Sobre l'Open Content Alliance: <http://www.opencontentalliance.org/about/> (Revisat 10.6.14)

3.3. Google Books i la ciutadania

Hi ha quelcom que tant les institucions estatals com la indústria cultural no poden controlar: el públic, la ciutadania en general. Aquesta assisteix a una oferta diversa de serveis que pugnen entre si per atraure el públic.

La ciutadania i l'ús de Google Books.

No hi ha dades precises per quantificar si Google Books lidera o no el sector de la distribució i publicació de llibres a Internet, tot i que els factors com ara l'opinió dels usuaris fan dubtar. L'expansió multiplataforma de la companyia, que ofereix serveis a la xarxa de molts tipus (navegador web, publicitat, correu, portals de vídeo, blogs, una xarxa social, distribució de material cultural, videojocs i aplicacions...), i en l'actualitat es troba també fabricant telèfons (Google Nexus), tauletes i ordinadors portàtils (Google Chrome Book) dóna motius per pensar que estem davant d'un potencial monopoli a la xarxa. Tornant a mencionar que, el negoci de Google està en el trànsit d'usuaris, i les dades comercials que d'aquests se'n recopila, hi ha oberta la qüestió de la privacitat d'ús dels serveis a la xarxa. En aquest aspecte, **Google ha rebut recentment una multa de 900.000 euros a Espanya per part de l'Agència de Protecció de dades**⁷ per una manca de transparència en les polítiques de recopilació de dades i no assegurar a l'usuari un ús legítim i consentit d'aquestes dades. També s'ha qüestionat la opacitat en quan al propòsits d'aquestes pràctiques.

A primera vista, i en relació a les institucions culturals públiques, Google Books difícilment pugui perjudicar les biblioteques o editorials en termes absoluts però, **en termes relatius dels hàbits d'ús, la tendència no passarà de llarg com quelcom passatger**. De la mateixa manera que va haver-hi una informatització dels sistemes de redacció de documents, que avui ningú qüestiona, és possible que, la lectura digital s'imposi com un competidor igual de fort que la lectura tradicional a curt i mitjà termini, donada l'expansió dels telèfons amb capacitats de lectura. **La implantació de Google Play Books en el sistema operatiu Android** (també controlat per Google i el més estès en telèfons mòbils), dóna indicis que la companyia disposa d'un avantatge competitiu per davant d'altres opcions. Dades relatives a Amazon, donat que Google no publica aquesta informació, confirmen que un de cada tres llibres que ven Amazon és digital, i que només un de cada deu llibres digitals és venut a través de botigues independents⁸. **Com ja s'ha anomenat en l'apartat de Google Books i l'Estat, les xarxes de**

⁷ Notícia a Expansión. (Revisat 10.06.14):

<http://www.expansion.com/2013/12/19/empresas/tmt/1387454606.html>

Resolució original de L'AGPD (Revisat 10.06.14):

http://www.agpd.es/portalwebAGPD/revista_prensa/revista_prensa/2013/notas_prensa/common/diciembre/131219_NP_AEPD_POL_PRIV_GOOGLE.pdf

⁸ Forbes. *Amazon vs. Book Publishers, by the numbers*.

<http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/>

biblioteques com WorldCat o Europeana es troben suficientment madures per fer front al repte dels nous hàbits d'ús. És molt possible que d'altres opcions no comercials podrien ser més satisfactòries per l'usuari i estudiant, però el fet que altres alternatives no tinguin la marca Google o la mateixa fama, els suposa un desavantatge immens de cara el públic general. Es planteja que opcions externes a Google, com la ja citada WorldCat (o fins i tot Amazon) siguin i hagin estat des de fa temps més competents i professionals en la tasca estrictament d'índex i recerca especialitzada, a banda que la majoria d'empreses i organitzacions no disposin d'un l'aparell de publicitat i fons que proporciona un *paraigües* com el de la companyia Google⁹.

Avantatges per als usuaris

La lògica digital implica canvis en la manera de concebre la informació i la cultura. A la xarxa les lògiques d'espai i temps naturals no serveixen. La possibilitat d'accés a còpies físicament il·limitades dona un substancial avantatge tècnic als serveis de biblioteca telemàtics. Això es tradueix en que la xarxa permet que béns que, per naturalesa física són excloents, com pot ser el volum d'una enciclopèdia o una revista, siguin accessibles simultàniament des de diversos llocs, independentment de la ubicació geogràfica.

Problemàtiques relatives als serveis per als usuaris

Alguns aspectes específics a la mecànica de Google Books desperten crítiques entre els usuaris; sobretot en referència a les limitacions artificials que s'imposa a les còpies digitals. Quan un usuari decideix comprar un llibre en format digital a Google Books (Actualment s'està reanomenant la secció de botiga com Google Play Books), aquest queda vinculat a un compte Google, la qual cosa no permet a l'usuari compartir-lo amb ningú altre, a no ser que li cedeixi les seves credencials. Aquesta qüestió es troba en ple debat en l'actualitat, ja que amb la proliferació dels telèfons intel·ligents i tauletes moltes parelles o famílies (per exemple) no troben facilitats per compartir un llibre en format digital amb el respectiu company/a, fill/a o amic/a.

Els usuaris han manifestat desencant en el projecte perquè la promesa de permetre una recerca per paraules en tots els llibres escrits ha acabat frustrada. En segon lloc, es mantenen queixes en relació a la poca documentació de Google Books Search en relació a les editorials participants, les pautes en la selecció de quins llibres s'escanegen, hi ha pocs informes en relació als progressos de l'escanejat. La mescla entre llibres íntegrament accessibles i aquells que mostren previsualitzacions que la companyia pretén equiparar en les cerques sembla confondre alguns públics del servei¹⁰. A més, El que asseguren autors d'obres que han estat tant a Google com Amazon és que en els dos casos hi ha una suposada alteració en el posicionament de resultats¹¹. Google Books no es troba tant valorat com la companyia hauria

⁹ Infotoday. *Google Book Search has far to go*. <http://www.infotoday.com/it/nov06/oleary.shtml>

¹⁰ Infotoday. *Google Book Search has far to go*. <http://www.infotoday.com/it/nov06/oleary.shtml>

¹¹ *First Google Books sales in #s*. <http://www.munseys.com/technosnarl/?p=1080>

volgut, a pesar de ser dels índexs de llibres més coneguts. Com que ni Google ni cap altra companyia comercial ha tingut èxit en el model de posar obres amb drets íntegrament accessibles (de manera massiva), els usuaris s'han vist enganyats en relació a unes expectatives (en relació a la facilitat i llibertat d'accés als continguts) que havia generat la mateixa companyia.

La percepció dels usuaris respecte Google Books és de prudència, perquè segueixen tenint present que hi ha alternatives superiors en molts aspectes.

4. Conclusions

- *Les accions de Google Books s'emmarquen dins de les competències del que s'entendria com a Servei Públic (Accions d'interès col·lectiu tradicionalment responsabilitat dels estats)?*
-

En el context europeu, el servei Google Books per si mateix **no es pot comprendre com a servei públic (des de les perspectives institucionalistes)**. S'ofereix un servei que, pot ser d'abast ample i positiu, però només en els aspectes en els quals convergeixen empresa i òrgans culturals i educatius es podria assegurar una funció de servei públic.

Des del marc lliberal, i fent referència a Sagawa i Segal (Sagawa i Segal, 2001), qui consideraven que la responsabilitat de l'empresa podia ser legítimament utilitzada tant a mode de màrqueting com operativament en cooperació amb el públic (i que una cosa podia no excloure l'altra) **podem qüestionar que Google Books segueixi una estratègia corporativament responsable, en relació a la societat i la indústria.**

S'ha d'evitar caure en reduccionisme. Obtenir benefici respectant la llei és excel·lència (Granada, 2012: 161), **dur accions unilateralment en interès propi, és qüestionable.**

Google Books només seria identificable com a servei públic en les tasques realitzades en conjunció amb institucions de servei com són les biblioteques. Google Books és socialment positiu en la seva vessant Google Books Library Project perquè facilita l'accés universal al coneixement.

En quant a la resta del projecte, no sembla ni positiu ni negatiu per la indústria editorial en l'actualitat, exceptuant els casos del model **opt-out**, que van ser un espoli per la seva naturalesa comercial i unilateral.

Google és una corporació, i té diferents divisions. Totes les àrees formen necessàriament part d'una mateixa estratègia empresarial (de la qual no hi ha més que declaracions de màrqueting, que no programes), incloent Google Books Library Project. És a dir, **Google realitza escanejats a voluntat per finançar un servei que reforça el producte principal de la companyia, el cercador. Google Books és un plus als balanços generals, independentment dels resultats de divisió per si sola.** I el 'Don't be evil' és un missatge de màrqueting, més que una declaració de responsabilitat vers la societat. Perfectament podria ser conjuntural o estratègic, perquè no necessàriament són equivalents comunicació externa i els fets.

- **Google Books té una estratègia a llarg termini amb vocació institucional o, pel contrari, es tracta d'una campanya d'estètica corporativa a curt i mitjà termini?**

A banda de les accions socials que pugui estar representant Google Books Library Project, les intencions de continuïtat a mitjà i llarg termini amb tota probabilitat no siguin les mateixes, si no troben noves maneres de reportar beneficis fent les mateixes tasques.

Hi ha autors (Codina, 2010: 14) que consideren que 'cap empresa en tota la història del web ha fet tant per facilitar de manera real l'accés universal al coneixement als ciutadans de tot el planeta com Google, que és -suposadament- el monopoli menys impositiu del món'. No s'ha d'oblidar que tant Google com Google Books estan concebuts per ser, en últims termes, una màquina de fer diners, no de crear felicitat o cultura. S'havia dit (Suárez, 2011:147), molt encertadament, que la maquinària altruista de Google era un pas més cap a la monopolització i apropiació dels continguts a Internet, per tal d'evitar que la competència en pugui oferir l'accés. Si la companyia aglutina poder suficient com per marginalitzar la competència, ningú pot assegurar que no canviïn els seus principis corporatius per 'Don't complain' -No et queixis (de ser espiat-. A més, les qüestions que deriven de l'ús de dades privades dels usuaris no sabem ben bé quines conseqüències poden tenir a mitjà i llarg termini.

És un tema complex, però tard o d'hora la ciutadania i els governants hauran de prendre posició respecte la privacitat de la ciutadania seguint la direcció de les iniciatives que està realitzant Europa (Dret a l'oblit de Google, per exemple). En aquest aspecte, la violació dels drets dels editors amb finalitats comercials per part de Google, fa uns anys, va ser premonitòria. Va rebre resposta legal, i la companyia va decidir canviar l'estratègia: centrar-se en la ciutadania, que té menys capacitat de defensar-se en conjunt. Valdria la pena plantejar si, a banda que els serveis que s'ofereixen per part de Google siguin gratuïts, no seria convenient aprofundir en unes polítiques de comunicació externa que concretin què es recopila dels perfils dels usuaris, i a quines empreses es comercialitza. Aquests dèficits ens fan concloure amb tota claredat que **el 'Don't Be evil' no és una declaració d'intencions.**

Què ha estat útil en el seu conjunt.

Google Books planteja un model de gestió i recopilació d'informació que permet als usuaris la visualització d'obres en accés obert que, conjuntament amb **les biblioteques associades (que obtenen un benefici en forma de duplicats digitals** derivat de la digitalització de les seves obres) possibiliten l'accés ample als continguts. De cara als posseïdors dels drets, **Google Books proporciona un sistema automatitzat de gestió i recerca de drets** (Chik, 2011:335).

Google afirma que la disponibilitat de cultura que Google Books proporciona a la xarxa obre noves àrees de recerca entre els lingüistes i afavoreix així sectors socials i acadèmics més enllà del públic corrent.

S'ha comparat favorablement Google Books amb Amazon, servei comercial competidor en aspectes de distribució de llibres digitals, en el sentit que **al catàleg de Google es troben obres descatalogades i complicades de localitzar**. Es podria parlar d'un efecte col·lateral de la que va ser una infracció sistemàtica de drets. La digitalització no es la meta, sinó el mitjà, en el sentit que la còpia digital (encara que tècnicament infractora) no té un aparent efecte negatiu sobre els drets d'autor, especialment en relació a les obres orfes, i evita que es perdin per les *ineficiències* del mercat. **Suposadament això afavoriria el manteniment de part del patrimoni bibliogràfic de la nostra era, al preu de permetre que una companyia abusi de les lleis de drets d'autor dels respectius països on actua.**

Abusos legals en el procés de Google Books

En primer lloc, Google no és l'únic agent que realitza tasques de difusió cultural. Les seves pràctiques monopolístiques en quant a apropiació de material cultural podrien donar més pes a un domini ample de la xarxa per part de Google, en perjudici de qualsevol empresa o agent competidor.

En segon lloc, que una corporació com Google actuï per raons altruistes en el Projecte Google Books és improbable. L'altruisme corporatiu només tindria sentit i seria adequat en una economia on totes les companyies actuessin altruísticament (Collet, 2010: p.364). No és el cas, ja que Google ha rebut queixes tant de la indústria editorial com de la competència comercial de distribució a la xarxa. En el cas dels primers, per les infraccions de drets; en el cas dels competidors de Google, pel fet que aquest incorpora el material al seu servei, tot i que no permet que altres agents o empreses en facin ús, ja que la companyia disposa dels drets legals i d'exclusivitat de les còpies digitalitzades (Suárez, 2012:161).

En segon terme, i cenyint-se a l'únic projecte de Google Books que té vocació de servei públic, Google Books Library Project, **s'anul·la la possibilitat de ser considerat servei públic purament altruista o filantròpic pel fet que hi ha una explotació publicitària i de dades comercials** incondicional (Suárez, 2012:161).

Google cerca el creixement econòmic, i una manera d'assolir-lo és duent a terme accions socialment positives. Google utilitza l'usuari com a font d'ingressos i qualsevol cosa que faci, es farà amb bones paraules, per tal de no espantar el públic. **Les accions concretes del Google Books Library Project, per exemple, poden ser molt positives socialment, però la motivació que empeny la companyia a realitzar-les es pot especular que va associada a un model de negoci, no a cap ambició altruista ni humanista.** En aquests termes, l'aglutinació de cultura en una empresa, que a més és globalment present, desperta inquietuds

pel que fa al futur o condicions d'ús d'aquestes iniciatives. **S'ha plantejat, a més, que els incompliments generalitzats de copyright que la companyia ha dut a terme siguin perjudicials per la societat en el seu conjunt, com el manteniment de les estructures econòmiques de les indústries culturals.**

Les noves economies de la xarxa provoquen transformacions de la indústria cultural que acabaran repercutint en la societat. Seria convenient que es parli obertament de que estem vivint un moment de desconcert respecte què és i què no és acceptable. El liberalisme econòmic pur -que es podria descriure com a "bastant ferotge"- no és una alternativa, i la societat en conjunt és la gran oblidada de la nostra època. Remetent-nos al punt de partida d'aquest treball, val a dir que només pensant en termes d'una consciència verdaderament sociocèntrica, i compartida també per l'economia, es podria garantir que les accions que tinguin lloc en l'ordre socioeconòmic i la cultura no desencadenin conseqüències negatives generalitzades.

Conclusions respecte el TFG

La realització del Treball Final de Grau ha estat marcada la complexitat del tema. No va ser senzill acotar com abordar la qüestió Google Books i el servei públic, i d'acord amb quins enfocaments. Un cop establerta una base teòrica, va manifestar-se la complexitat que presenta l'estudi d'un fenomen social, econòmic i contemporani com és Google, la qual cosa superava les pròpies expectatives. No ha estat fàcil concloure quan quelcom es podia qualificar com a positiu o negatiu, tenint en compte que la metodologia ha estat, en major mesura, de recerca bibliogràfica, i que molts autors eren contradictoris fins a cert punt.

La diversitat de posicions respecte els enfocaments i teories ha comportat la necessitat de plantejar-se el treball des d'una perspectiva d'imparcialitat, racionalitat i, fins a cert punt, intents de preveure quines són les tendències que hi ha darrere la transformació de la cultura i la indústria cultural.

5. Referències bibliogràfiques

Béquet, Gaëlle (2012) **Digital library as a controversy: Gallica vs Google**. Université Paris III Sorbonne nouvelle, 2012.

Bergmans, Fred (2006) *Integrating people, planet and profit* (pp.117-126) A: Jonker, Jan; de Witte, Marco (2006); **Management models for Corporate Social Responsibility**. Springer, 2008.

Bohannon, J. (2006). **Google's Hidden Wealth**, SCIENCE vol 314, 10-11-2006.

Cienfuegos Salgado, David (2008). *Presentación*; A: **Actualidad de los servicios públicos en Iberoamérica**. Universidad Nacional Autónoma de México, 2008. PP. 11-20.
<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2544/3.pdf> (visitat 8.06.14)

Chick, Warren B. (2011) *The Google conundrum: Perpetrator or facilitator on the net? - Forging a fair copyright framework of rights, liability and responsibility in response to search engine 2.0 e Part II: The Google Books Search Project*; A: **Computer law and security review 27**, Singapore Management University, 2011.

Codina, Lluís (2010) *Anatomia de Google Books: un projecte de biblioteca digital a la cruïlla*. Universitat de Barcelona. **Textos universitaris de biblioteconomia i documentació**, núm 24. Juny 2010.

Collet, Nick (2010), *Partial Utilitarianism as a suggested ethical framework for evaluating corporate mergers and acquisitions*; A: **Business Ethics: A European Review vol.19, n.4, oct. 2010**

Cordón García, J.A., Alonso Arévalo, J. y Martín Roderó, H. (2010) *Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital*. **Anales de Documentación**, vol. 13, 2010. PP.53-80.

Crawford, J. (De Google) (2010). *The Present and Future of Google Books*
A: **BooksOnline'10**. 26-10-10 (Toronto) p.37

DD.AA. (1978), **Constitución Española**. Madrid, 1978,
http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/EBB3AFF7-C7EF-4009-A15E-E7D75FB3C8F5/232644/Constitucion_es1.pdf (visitat 4-06-14)

Duguit, León (1913). **Las transformaciones del derecho (público y privado)**, Buenos Aires, Editorial Heliasta, 1975.

Francés, Pedro (2004): **Ética de los negocios. Innovación y responsabilidad**. Bilbao,

Desclée de Brouwer, 2004.

Galán, J.I., Sáenz, A. (2012); **Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI**. Ediciones Universidad de Salamanca, 2012

Google, **A Guide to Net Neutrality for Google Users** (2009),
<http://web.archive.org/web/20090424003113/http://www.google.com/help/netneutrality.html>
(visitat 12.05.14)

Google, **Arxius de transparència (annuals; ed. 2014)**
<http://www.google.com/transparencyreport>(visitat 12.05.14)

Gordillo, Agustín (1998). *Servicios públicos. Origen y evolución. Defensa del usuario y del administrado* (pp. VI-1-59). Buenos Aires, 1998.

En línia: <http://es.scribd.com/doc/81101059/TEORIA-DE-LOS-SERVICIOS-PUBLICOS-origen-y-evolucion> (visitat 30.5.14)

Granada, Germán (2012) *Fundamentos de la gestión socialmente responsable* (pp.161-169).
A: Galán, J.I., Sáenz, A. (2012); **Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI**. Ediciones Universidad de Salamanca, 2012.

Hausman, J.A.; Sidak, J.G. (2009). *Google and the proper antitrust scrutiny of orphan books*. **Journal of Competition Law and Economics**, vol. 5, no. 3. P. 411-438.

Jeanneney, Jean-Noël (2005). **Google and the Myth of Universal Knowledge**. Chicago Press, 2007.

En línia: http://yanko.lib.ru/books/internet/google_and_the_myth_of_universal_knowledge-en-l.pdf (visitat 04.6.14)

Una altra edició: Jeanneney¹, Jean-Noël (2005). **Google desafía Europa: El mito del conocimiento universal** (Traducción de Antoni Furió). Universitat de València, 2007.

Jonker, Jan; de Witte, Marco (2006); **Management models for Corporate Social Responsibility**. Springer, 2008.

Martínez Terrero, José (2006); **Teorías de comunicación**. Univ. Católica Andrés Bello (Caracas)

En línia: <http://www.slideshare.net/jacambap/teorias-de-comunicacin>(visitat 8.05.14)

McQuail, Denis (1994); **Introducción a la teoría de comunicación de masas**, 3a edición. Paidós, 1994

Milward Brown (2014) **Brandz**. p.15.

En línia <http://www.brandz100.com/site/reports/global/2014/report/download-report.pdf>
(visitat 23-05-14)

Morsing, Mette (2006) *Strategic CSR Communication: Telling others how good you are* (pp.238-247). A: Jonker, Jan; de Witte, Marco (2006); **Management models for Corporate Social Responsibility**. Springer, 2008.

Muñoz González, H.A. (2012) **Derecho administrativo. Teoría del servicio público**.http://deradmvo.blogspot.com.es/p/blog-page_2192.html (revisat 5.06.14).
A: **Derecho administrativo**, Universidad Cristóbal Colón, México, 2012.
<http://deradmvo.blogspot.com.es/p/materia-derecho-administrativo-carrera.html> (revisat 8.06.14)

Organització Nacions Unides (1948); **Declaració Universal dels Drets Humans** (Versió 2005).
En línia: http://www2.ohchr.org/spanish/about/publications/docs/annexesabc_sp.pdf (visitat 02.06.14)

Rantanen, Terhi (2005) **Media and globalization**. SAGE, British Library)

Redondo, Myriam (2014); **La tasa Google y los derechos de internet: los medios contra el buscador y todos contra todos**.

En línia: <http://www.apmadrid.es/images/stories/55-68%20GOOGLE%2014.pdf> (visitat 7.05.14)

Sen, Amartya (2007). **Primero la gente: una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado**. Deusto, 2007

Stamatoulos, Constantinos (2008-2014) **Enciclopedia Jurídica**. Theodakis Publishing Ltd, Limassol (Chipre). Portal web: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com> (30.5.14)

Stamatoulos¹:<http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/servicio-publico/servicio-publico.htm>

Suárez Ocaña, Alejandro (2012) **Desnudando a Google; la inquietante realidad que no quieren que conozcas**. Deusto, 2012.

Weinberger, Searls D. (2003) **World of ends: what the Internet is and how to stop mistaking it for something else**. <http://www.worldofends.com> (13.4.14)